

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang Masalah.....	1
1.2.Rumusan Masalah	7
1.3.Pertanyaan Penelitian	7
1.4.Tujuan.....	8
1.5.Manfaat Penelitian.....	8
1.6.Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Pemasaran	10
2.1.2 <i>Brand Image</i>	12
2.1.3 Kualitas Produk	14
2.1.4 <i>Behavioural Intention</i>	18
2.1.4.1Persepsi Nilai Pelanggan.....	19
2.2 Penelitian terdahulu.....	20
2.3 Hipotesis Penelitian.....	22
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	24

BAB III METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Definisi Konsep dan Operasional	25
3.2 Populasi dan Sampel.....	26
3.3 Sumber Data	27
3.4 Metode Pengumpulan Data	28
3.5 Uji Kualitas Data	29
3.6 Uji Asumsi Klasik	30
3.7 Uji Regresi	32
3.8 Uji Model Penelitian.....	33
3.9 Uji Hipotesa.....	34
BAB IV Analisis Data dan Pembahasan.....	35
4.1 Dekripsi Objek Penelitian.....	35
4.1.1 Gambaran Umum Rresponden.....	35
4.1.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Kelamin.....	35
4.1.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	36
4.1.4 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendidikan.....	37
4.1.5 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	38
4.1.6 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Konsumsi.....	39
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian	40
4.2.1 Analisis Indeks Jawaban Responden.....	40
4.2.1.1 Angka Indeks Brand Image	41
4.2.1.2 Angka Indeks Kualitas Produk	42
4.2.1.3 Angka Indeks Behavioural Intention	44
4.3 Analisis Hasil Penelitian.....	46
4.3.1 Uji Validitas.....	46
4.3.2 Uji Reliabilitas	48
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	48
4.4.1 Uji Normalitas	49
4.4.2 Uji Multikolonieritas	50
4.4.3 Uji Heterokedasitas	51
4.4.4 Uji Autokorelasi	52

4.5 Uji Regresi Linier Berganda	54
4.6 Uji Koefisiensi Determinasi	55
4.7 Uji Hipotesa (Uji T)	56
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian	58
4.8.1 Pengaruh Brand Image Terhadap Behavioural Intention.....	58
4.8.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Behavioural Intention...	58
BAB V PENUTUP.....	60
5.1 Kesimpulan	60
5.1.1 Kesimpulan Hasil Pengujian Hipotesis.....	60
5.1.2 Kesimpulan Masalah Penelitian.....	61
5.2 Implikasi Teoritis	63
5.3 Implikasi Manajerial	66
5.4 Keterbatasan Penelitian	67
5.5 Saran Penelitian Mendatang	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	70